

<<会展市场营销>>

图书基本信息

书名：<<会展市场营销>>

13位ISBN编号：9787801812650

10位ISBN编号：7801812654

出版时间：2004-1

出版时间：中国商务出版社

作者：刘松萍

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<会展市场营销>>

内容概要

本书旨在为展览业今后的发展提供理论基础，也为提高展览业从业人员素质提供帮助。

本书力求符合目前展览业发展对从业人员的需求，在编写体例、呈现方式，结构安排，内容选择，活动建议，专家视点，文字表述等各个环节的设计上，尽量体现展览业的时代性、世界性和实用性。

本书的编写特点是：

1. 本土化

本书在编辑过程中，立中产于中国会展实践，归纳密切合国内展览界的需求，

2. 全面综合 分块阐述

本书是立中产于会展市场营销，以会展营销的基本线索为主线，按展览的内部机制因素和外部联系因素来进行分因阐述，结合会展营销的基本过程中既有基础理论的阐释，又有营销组合的剖析。

3. 精心设计 注重操作

本书的案例以“专家视点”的形式出现，注重案例与点评的结合，成为会展市场从业人员的工具书

。

<<会展市场营销>>

书籍目录

第一章 绪论 知识要点 第一节 会展产品与会展市场 第二节 会展市场营销的产生与发展 第三节 会展市场营销的社会制约因素 第四节 会展市场营销的主体 第五节 会展市场经营观念的变化 专家视点 会展市场的病态诊断 复习思考题 第二章 会展市场营销环境与进入壁垒 知识要点 第一节 会展市场外部SWOT分析 第二节 会展市场营销微观环境要素分析 第三节 会展市场营销的进入与退出壁垒 专家视点 精品意识让COMDEX / FaLL走出低迷 复习思考题 第三章 会展市场营销信息与调查 知识要点 第一节 市场信息 第二节 市场信息的分类收集 第三节 市场营销调查的方法与技术 专家视点 调味品：独立成展大有作为 复习思考题 第四章 会展市场细分与定位 知识要点 第一节 市场细分概述 第二节 市场细分的程序与标准 第三节 会展目标市场的确定 第四节 市场定位 专家视点 从找金子到找水 思考复习题 第五章 会展市场营销控制 知识要点 第一节 会展市场营销控制的作用和步骤 第二节 会展市场营销控制的形态 第三节 会展的评估控制 专家视点 中国光博会的成功定位 复习思考题 第六章 会展市场内部营销与相关管理 知识要点 第一节 内部营销的原则 第二节 会展队伍战略与实施 第三节 展览会议管理 第四节 展览财务管理 第五节 展览物流管理 第六节 会展服务管理 第七节 相关行业管理 专家视点 三大功能点亮西博会 复习思考题 第七章 新型营销在会展市场的运用 知识要点 第一节 绿色营销 第二节 网络营销 第三节 国际营销 专家视点 网络展览能取代馆场展览吗？ 复习思考题 下篇 会展营销组合策略 第八章 会展产品策略 知识要点 第一节 展会项目核心要素的价值三角 第二节 会展产品开发的影响因素 第三节 会展产品的开发与组合策略 第四节 会展产品品牌策略 专家视点 从北京车展易址风波看展览品牌价值塑造 复习思考题 第九章 会展产品定价策略 知识要点 第一节 会展项目的价格制约因素 第二节 会展项目的价格构成与定价方法 第三节 会展项目常用定价技巧 第四节 会展项目价格调整技巧 专家视点 从广交会和高交会看差异化 复习思考题 第十章 会展项目分销渠道策略 知识要点 第一节 会展项目分销渠道的特点与主要类型 第二节 代理制渠道 第三节 合作制渠道 专家视点 图书订货会闭幕后的思考 复习思考题 第十一章 会展促销策略 知识要点 第一节 会展促销概述 第二节 会展公共关系 第三节 会展宣传与广告促销 第四节 会展人员促销 第五节 会展营业促销 专家视点 ISPO展的良性循环 复习思考题 参考书目

<<会展市场营销>>

媒体关注与评论

书评`

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>